

- ジェトロでは、世界に広がる海外ネットワークを活用し、映画、アニメ、音楽などのコンテンツ分野の海外展開を支援するため、以下のような施策に取り組んでいる。

### ①オンライン商談会の実施

映像分野の国内最大の展示会 [TIFFCOM](#)、音楽分野の国内最大の展示会 [TIMM](#)、アニメ分野の国内最大のイベント [アニメジャパン](#) にそれぞれあわせて、海外バイヤー数十社と国内事業者との商談会を実施。

### ④クラウドファンディングを活用したコンテンツの海外展開支援

アニメ制作のためにクラウドファンディングを活用することで、新たな資金調達手法を提供するとともに、クラファンを通じた海外への発信、海外でのファンコミュニティの形成などに寄与する。

### ②バイヤー向けオンラインカタログの作成・商談の組成



ジェトロが招待した海外の有力バイヤー専用のオンラインカタログサイト「[JAPAN STREET](#)」に、映画、アニメ、音楽などのコンテンツ分野の作品等を掲載。ジェトロの海外ネットワークを通じまた海外展示会に広報ブースを出展し、JAPAN STREETのカタログを紹介することで、海外バイヤーと日本の事業者の商談を組成している。

### ⑤TAKUMI NEXT



クールジャパンを発信し、伝統工芸品の輸出を支援するプロジェクト「TAKUMI NEXT」を2019年度より実施。毎年150社前後の全国の「匠」を選定し、海外展開のためのメンタリング、バイヤーとの商談、ポップアップやSNSを通じた発信などを実施。

### ③業界団体と連携した海外展示会でのマッチングサポート

Asia TV Forum、香港フィルマートにユニジャパンや民放連（東京ドラマフェスティバル）が出展するのにあわせて、現地バイヤーをジャパンパビリオンに誘導し、出展企業とのマッチングを促している。

### ⑥その他海外市場、規制に関する情報提供

NFTやメタバースなどの海外最新動向を含め、各種ニュース、[調査レポート](#)、[セミナー](#)などを通じて関連情報を発信している。

## コンテンツ含む文化芸術分野の海外展開における課題

### 商流におけるボトルネックの把握、ならびにオンライン配信事業者との連携

コンテンツ含む文化芸術分野は他の分野とは異なる独自の商流があり、どこにボトルネックが存在するかを正確に把握したうえで、リソースを配分し、支援策を検討すべき。特に、コンテンツ分野では、各国でオンライン配信事業者（OTT）などプラットフォームを運営するプレイヤーの存在感が急速に高まっており、これらプレイヤーといかに連携していくかが重要な課題。プラットフォーム上での日本のコンテンツのプロモーションを含めた連携が必要。

### デジタルテクノロジーの活用

新型コロナウイルスは、ライブなどのリアルイベント経済を縮小させる一方、人々のデジタル空間の利用が急速に普及し、コンテンツ分野でもいわゆるメタバースでの取り組みがますます重要となっている。国境を問わずに消費者にアクセスすることができるSNS、クラウドファンディング、NFTやメタバースなどのデジタルプラットフォームを活用することで、海外展開を図ることも可能となる。既にジェトロでもセミナーなどを実施しているが、こうしたデジタルプラットフォームの活用を日本の事業者に促していく取り組みが必要。

### 地方の事業者・クリエイターの掘り起こし、海外展開支援

特にジェトロがこれまで支援してきたポップカルチャーの分野では、東京に事業者が集中。一方で、地方でのアニメスタジオ、ゲーム会社設立の動きや、地方のクリエイターが直接SNSなどで海外にファンを抱える事例なども増加。地方の事業者の海外への取り組みを、上記デジタルテクノロジーも活用しつつ、支援する必要。また、地方の食を取り上げた映像をフックとする食品の海外輸出など、文化芸術・コンテンツ×地方特産品・伝統工芸品の取組みの可能性も探るべき。